



ASSET: JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

Jl. Budi Utomo No. 10 Ponorogo 63471

Call Center: 089524159515, email: assetumpo88@gmail.com

Website: <http://journal.umpo.ac.id/index.php/ASSET>



Manajemen Sumber Daya Manusia Pada Organisasi Bisnis

Duwi Anisa Ulmasrurroh^{a,1}

^a Insitut Agama Islam Negeri Ponorogo, Jl. Puspita Jaya, Krajan, Pintu, Kec. Jenangan, Ponorogo 63471, Indonesia

¹ dwianisaul11@gmail.com

*Corresponding author

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel

Submit Artikel: 26-09-2020

Revisi Artikel :08-11-2020

Artikel diterima:14-12-2020

Kata Kunci

Sumber Daya Manusia

Organisasi Bisnis

Pengelolaan Sistem

ABSTRAK

Artikel ini meneliti tentang kepuasan dari pemenuhan kebutuhan pokok setiap rumah tangga, meskipun dengan latar belakang penghasilan yang berbeda dan juga bentuk dari kebutuhan pokok yang berbeda. Metode penelitian yang digunakan adalah wawancara dan juga kuesioner online mengingat adanya Pandemi Covid 19 yang sedang melanda Indonesia. Setelah dilakukan penelitian dengan perantara koesioner untuk para responden, maka Hasil dari kuesioner menunjukkan rata- rata masyarakat telah puas dan telah setuju akan penghasilan yang dapat mencukupi kebutuhan pokoknya misalnya makan 3 sehari dengan lauk yang cukup. Hal itu menunjukkan bahwa dalam teori islam tidak boleh berlebih- lebihan dalam makan karna Allah tidak menyukai yang berlebihan. Menurut Abdul Mannan sikap tidak berlebih-lebihan dan mengutamakan kepentingan orang lain adalah yang paling penting yang diartikan secara luas. Penelitian mengambil 5 responden dengan latar belakang dan penghasilan yang berbeda, dari data tersebut beberapa masyarakat yang bekerja dengan penghasilan yang cukup dia setuju bahwa penghasilan responden akan mencukupi sampai yang akan datang tanpa ada tambahan penghasilan yang lain, sedangkan responden yang berpenghasilan kurang , berpendapat netral bahkan kurang setuju akan mencukupi kebutuhan yang akan datang tanpa ada tambahan yang lain.

This is an open access article under the [CC-BY](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



1. Pendahuluan

Persoalan penting yang menjadi fokus perhatian ilmu ekonomi ialah kelangkaan sumber daya yang dapat dipergunakan oleh masyarakat. Pengalokasian sumber-sumber potensial yang dapat digunakan manusia ialah masalah utama ekonomi. Analisis perilaku manusia yang berkaitan dengan persoalan ini disebut teori ekonomi.¹

Salah satunya permasalahan itu adalah kebutuhan konsumsi barang dan jasa. Pemenuhan kebutuhan, setiap individu selalu dihadapkan pada berbagai pilihan (preferensi) yang ada di pasar. Membuat sejumlah keputusan bagaimana mengalokasikan sumber daya untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan juga harus memilih penggunaan uang untuk membeli barang atau jasa yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Kebutuhan individu terdiri dari kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang harus atau wajib terpenuhi, artinya apabila kebutuhan tersebut tidak terpenuhi, maka manusia akan mengalami kesulitan dalam hidupnya². Kebutuhan sekunder adalah kebutuhan yang sifatnya melengkapi kebutuhan primer dan kebutuhan itu baru terpenuhi setelah kebutuhan primer terpenuhi. Kebutuhan tersier timbul setelah kebutuhan primer dan sekunder terpenuhi. Pada umumnya, kebutuhan tersier ini disebut kebutuhan mewah, karena pemenuhan kebutuhannya tertuju pada barang-barang mewah yang hanya dilakukan oleh orang yang berpenghasilan tinggi.

Kebutuhan individu terdiri dari kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang harus atau wajib terpenuhi, artinya apabila kebutuhan tersebut tidak terpenuhi, maka manusia akan mengalami kesulitan dalam hidupnya². Dengan macam-macam kebutuhan yang diperlukan manusia, kebutuhan pokok dalam rumah tangga sangat fatal jika tidak dipenuhi, kebutuhan setiap rumah tangga berbeda, permintaan dan penawaran, produksi, harga dan pasar yang berlaku konsumen, serta banyak teori dan juga penawaran yang berbeda.

Berangkat dari permasalahan tersebut penulis akan mencoba menganalisis dari data yang telah diperoleh untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen, produksi dan pasar di dalam masyarakat. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui kajian teori ekonomi Islam, permintaan dan penawaran, produksi, harga dan pasar yang berlaku konsumen, serta banyak teori dan juga penawaran.

Definisi konsumsi menurut para peneliti ekonomi Islam tidak berbeda dengan definisi konvensional. Akan tetapi kesamaan definisi tidak berarti kesamaan dalam setiap yang meliputinya. Sebab, barang dan jasa yang dipergunakan dalam memenuhi kebutuhan seorang muslim dan keinginannya harus halal. Sebagaimana kebutuhan dan keinginan tersebut juga harus benar sesuai syariah.³

¹ M. Nur Rianto Al Arif & Euis Amalia, ' *Teori Mikro Ekonomi* ', Jakarta :Kencana Prenadamedia Grup, 2010, h.83

² M. Zamroni, " *Buku Kantong Ekonomi SMA IPS* ", h. 2

³ Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, " *Fikih Ekonomi Umar bin Al- Khathab* ", Jakarta : Khalifa, 2006, h.135

Menurut ekonomi islam, konsumsi dinilai sebagai sarana wajib yang seorang muslim tidak dapat mengabaikannya dalam merealisasikan tujuan yang dikehendaki Allah Ta'ala dalam penciptaan manusia, yaitu merealisasikan pengabdian sepenuhnya hanya kepada-Nya. Karena itu tidak aneh jika Islam mewajibkan manusia mengkonsumsi apa yang dapat menghindarkan dari kerusakan dirinya, dan mampu melaksanakan kewajibankewajiban yang di bebankan Allah Ta'ala kepadanya.

2. Tinjauan Pustaka

Ada beberapa peneliti terdahulu yang memiliki korelasi dengan penelitian ini. Diantaranya adalah:

1. Penelitian Muhammad Muflih, M. A, dalam buku "*Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*", (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2006) buku ini menjelaskan bahwa konsumen muslim yang beriman dan bertaqwa mendapatkan penghasilan rutinnya tidak pernah berfikir pendapat yang didapat tidak semuanya untuk diri sendiri melainkan sebagaiaannya dibelanjakan di jalan Allah (fi sabilillah)⁴. Dan pada kajian perilaku konsumsi dalam perspektif ilmu ekonomi islam terdapat saluran penyeimbang dari saluran kebutuhan individual yang disebut dengan saluran konsumsi sosial.⁵
2. Aulia Dzikriyati Kurnia, dalam skripsinya yang berjudul: "Teori Konsumsi dalam Ekoomi Mikro (analisis kritis dalam perspektif Ekonomi Islam), 20100 menjelaskan perilaku konsumen muslim yaitu dengan memaksimalkan kebutuhan, bukan kepuasan. Karena dalam mengkonsumsi barang dan jasa ada batasan yang membatasi, yaitu konsep halal-haram dan adanya konsep yang saling berbagi melalui zakat, infaq dan shodaqoh.

Dari penelitian terdahulu bisa dikatakan bahwa penelitian yang akan dilakukan penulis secara umum mempunyai kesamaan dengan penelitian dari segi perilaku konsumen ditinjau dari teori konsumsi islam. Kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan pokok sangat perlu diperhatikan, mengingat penghasilan dan juga kebutuhan pokok setiap rumah tangga berbeda-beda. Banyak dari kalangan rumah tangga dengan penghasilan rendah dan juga sedang mengeluh untuk pemenuhan kebutuhan jika pekerjaan mereka hilang ataupun sedang terkena musibah, seperti di zaman sekarang yang masih telanda Pandemi Covid 19 yang mengakibatkan banyak orang kehilangan pekerjaan dan juga tidak bisa memenuhi kebutuhan pokoknya.

Dengan keadaan pandemi yang sedang melanda sekarang, yang menjadi masalah adalah bagaimana pemenuhan kebutuhan pokok dengan penghasilan yang tersedia untuk mencapai kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan pokok?

⁴ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006, hal. 3

⁵ Ibid, Hal. 6

3. Metode Penelitian

Ruang lingkup penelitian berada di beberapa wilayah di Jawa Timur, ada 2 responden di Ponorogo, ada 1 responden di Madiun, ada 1 responden di Magetan dan ada 1 responden di Pacitan. Metode wawancara, kuesioner dan juga observasi, mengingat sedang ada Pandemi Virus Corona yang menyebar di Indonesia.

4. Hasil dan Pembahasan

A. Teori Perilaku Konsumen

1. Permintaan

Data Responden berikut ini data/tabel permintaan kebutuhan pokok selama satu hari, satu minggu, satu bulan dalam rumah tangga.

Tabel.1

No	Nama	Alamat	Harga	Dalam 1 Hari	Dalam 1 Minggu	Dalam 1 Bulan	Permintaan Bulan Ini Naik/Turun	Hal yang mempengaruhi naik/turunnya permintaan barang
1	Endang Sriningsih	Suroboyo, Ponorogo	Bawang Putih: Rp. 40.000/Kg Bawang Merah : Rp. 25.000/Kg	Bawang putih: 3,5 Gram Bawang Merah: 1 Ons	Bawang Putih : ¼ Kg Bawang Merah: 4 Ons	Bawang Putih: 1 Kg Bawang Merah: 1,6 Ons	Bawang Putih: naik Bawang Merah: naik	Faktor yang mempengaruhi yaitu faktor harga bawang putih dan bawang merah yang berubah ubah, jika harga bawang putih dan bawang merah rendah maka permintaan atau (konsumsi) kita akan meningkat, tetapi jika harga bawang putih dan bawang merah naik, maka permintaan (konsumsi) yang kita pakai akan kita kurangi agar pendapatan yang kita punya akan cukup untuk konsumsi.
2	Sriyanti	Ngile, Tulakan, Pacitan	Mie Instan: Rp. 2.500 / biji Garam: Rp. 2.500/biji	Mie Instan: 2 bungkus untuk 3 orang Garam: 2 sendok teh	Mie instan: 5 bungkus Garam: 14 sendok teh	Mie Instan: 1 kardus Garam: 1 bungkus	Garam : naik	Faktor yang mempengaruhi pada Mie Instan turun dikarenakan tidak setiap hari mengkonsumsi atau sesuai keinginan saja pada saat membuatnya. Dan pada garam terjadi kenaikan. Dikarenakan dalam rumah tangga setiap hari pasti digunakan/dikonsumsi.

3	Fatima Zahro Ismi	paju, Ponorog o	Beras : Rp. 10.000/K g Telur : Rp. 21.000/K g	Beras: 1-1,5 Kg (untuk 7 orang) Telur : 0,25 Kg	Beras : 7-10 Kg Telur : 1,5 Kg	Beras: 30 Kg Telur : 5 Kg	Beras: naik Telur: naik	Faktor yang mempengaruhi yaitu faktor harga beras dan telur yang berubah ubah, jika harga beras atau gula rendah maka permintaan atau (konsumsi) kita akan meningkat, tetapi jika harga beras dan gula naik, maka permintaan (konsumsi) yang kita pakai akan kita kurangi agar pendapatan yang kita punya akan cukup untuk konsumsi.
4	Susanti	Lembayan, Magetan	Cabai : Rp. 45.000/K g Tepung Terigu: Rp. 12.000/K g	Cabai: ½ ons Tepung terigu: tidak setiap hari mengkonsumsi	Cabai: 3 ½ Ons Tepung terigu: 250 Gram	Cabai: 1,4 Kg Tepung terigu: 1 Kg	Cabai: naik Tepung terigu: tidak tentu	Faktor yang mempengaruhi yaitu faktor harga cabai yang berubah ubah, jika harga cabai rendah maka permintaan atau (konsumsi) kita akan meningkat, tetapi jika harga cabai naik maka permintaan (konsumsi) yang kita pakai akan kita kurangi agar pendapatan yang kita punya akan cukup untuk konsumsi.
5	Nurlillah	Manguharjo, Madiun	Minyak: Rp. 13.000 Gula pasir: 18.000	Minyak: 0,25 L Gula pasir: 10 ons	Minyak : 1 L Gula pasir: ¼ Kg	Minyak: 4 L Gula pasir: 1 Kg	Minyak: naik Gula pasir: naik	Faktor yang mempengaruhi yaitu faktor harga minyak yang berubah ubah, jika harga minyak rendah maka permintaan atau (konsumsi) kita akan meningkat, tetapi jika harga minyak naik maka permintaan (konsumsi) yang kita pakai akan kita kurangi agar pendapatan yang kita punya akan cukup untuk konsumsi. Begitu pula dengan gula pasir, pada saat ini harga gula pasir sangat melejit dalam rumah tangga pun untuk mengkonsumsi gula pasir agak dikurangi.

Sumber : data Penelitian

Permintaan adalah keterkaitan dengan jumlah permintaan berupa harga, permintaan menunjukkan tinggi atau rendahnya permintaan mengenai suatu barang dan jasa dari pembeli. Banyaknya komoditas barang yang diminta di pasar dengan harga yang telah ditentukan pada jumlah pendapatan tertentu serta pada periode tertentu disebut permintaan.

Kegunaan dari teori permintaan ialah untuk menetapkan berbagai faktor yang mempengaruhi permintaan. Jumlah permintaan barang akan berbanding terbalik dengan

harga. Hubungan antara harga dengan jumlah permintaan hampir berlaku dalam kegiatan ekonomi. Ada beberapa penentu permintaan harga barang, harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut, pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat, corak distribusi pendapatan dalam masyarakat, cita rasa masyarakat, jumlah penduduk.

Berdasarkan data yang diperoleh pada Selasa, 1 September 2020 dari beberapa responden memiliki permintaan barang yang berbeda setiap bulannya, selain itu jumlah kuantitas barang pun juga berbeda setiap rumah, karena ada beberapa faktor yang mempengaruhinya, misalnya jumlah orang yang ada di rumah tersebut, jika jumlah orang itu lebih dari 4 orang maka permintaan beras meningkat dan begitupun sebaliknya.

Di dalam fungsi permintaan juga diartikan sebagai pendekatan yang masalah, dimana masalah ini bisa diukur dalam satuan nominal, dengan memperoleh masalah yang maksimum atau optimal dalam konsumsi maka konsumen akan mencapai fahlah atau kesejahteraan Pendapat Ibnu Taimiyah ada hal-hal yang mempengaruhi permintaan, yaitu: keinginan dari masyarakat mengenai suatu barang yang bermacam-macam jenisnya, dan keinginan selalu tidak sama, jumlah dari calon pembeli pada suatu barang, kualitas konsumen yang mana memiliki pendapatan atau gaji menjadi salah satu ciri kualitas konsumen yang baik, tingkat kebutuhan suatu barang, metode dalam pembayarannya tunai atau angsuran, besarnya dalam transaksi ketika biaya transaksi dari suatu barang mengalami penurunan maka akan terjadi permintaan menjadi naik.⁶

2. Kepuasan Konsumen

Berdasarkan data yang diperoleh. Maka dibuatlah kuesioner untuk para konsumen yaitu para responden. Dengan pembuatan kuesioner ini ditunjukkan pada berbagai masyarakat yang berpenghasilan, kemudian apakah penghasilan responden tersebut dapat memberikan kepuasan pada diri responden dan sekitarnya. Setelah dilakukan penelitian dengan perantara koesioner untuk para responden, maka Hasil dari kuesioner menunjukkan rata - rata masyarakat telah puas dan telah setuju akan penghasilan yang dapat mencukupi kebutuhan pokoknya misalnya makan 3× sehari dengan lauk yang cukup. Hal itu menunjukkan bahwa dalam teori islam tidak boleh berlebih - lebihan dalam makan karna Allah tidak menyukai yang berlebihan. Dasar dari kepuasan responden telah cukup dalam kebutuhan sehari-hari adalah dengan adanya pemenuhan kebutuhan rumah tangga itu sendiri, hasil ini diambil dari proses wawancara.

Hidup hemat dan tidak bermewah-mewah (*abstain from wasteful and luxurious living*), bermakna juga bahwa tindakantindakan ekonomi hanyalah sekedar untuk

⁶Nine Haryanti "Teori Permintaan Dalam Perspektif Islam Dan Konvensinal", (Jurnal Ilmu Akutansi Dan Bisnis Syariah, Vol:1, No:2, Juni 2019)

memenuhi kebutuhan (*needs*) bukan memuaskan keinginan (*wants*) (Qorodhowi, 1997). Menurut Abdul Mannan (1995) sikap tidak berlebih-lebihan dan mengutamakan kepentingan orang lain adalah yang paling penting yang diartikan secara luas.

Penelitian mengambil 5 responden dengan latar belakang dan penghasilan yang berbeda, dari data tersebut beberapa masyarakat yang bekerja dengan penghasilan yang cukup dia setuju bahwa penghasilan responden akan mencukupi sampai yang akan datang tanpa ada tambahan penghasilan yang lain, sedangkan responden yang berpenghasilan kurang, berpendapat netral bahkan kurang setuju akan mencukupi kebutuhan yang akan datang tanpa ada tambahan yang lain. Meskipun demikian, terpenuhinya suatu kebutuhan juga akan memberukikan kepuasan terutama jika kebutuhan tersebut disadari dan diinginkan.

Penghapusan/pelarangan riba (*prohibition of riba*); menjadikan sistem bagi hasil (*profit-loss sharing*) dengan instrumen mudharabah dan musharakah sebagai pengganti sistem kredit (*credit system*) berikut instrumen bunganya (*interest rate*). Dalam Alqur'an (Q.S. Al Baqarah (2) : 275). Menjalankan usaha-usaha yang halal (*permissible conduct*); dari produk atau komoditi, manajemen, proses produksi hingga proses sirkulasi atau distribusi haruslah ada dalam kerangka halal. Usaha-usaha tadi tidak boleh bersentuhan dengan judi (*maisir*) dan spekulasi (*gharar*). Sebagaimana firman Allah (Q.S. Al Baqarah (2) : 168.

Harta adalah anugerah dari Allah SWT dan bukan dengan sendirinya bersifat buruk. Maksudnya harta dunia itu bisa membawa kebaikan bagi manusia jika digunakan untuk menambah nilai tambah keimanannya, dan jika tidak dikonsumsi secara berlebihan. Seperti halnya dalam kuesioner diatas terdapat pertanyaan apakah dari pendapatan masing-masing responden selain dapat memenuhi kebutuhan juga dapat melakukan zakat, infaq dan sodaqoh.⁷

Salah satu data responden akan dicantumkan sebagai bukti pengambilan data, yaitu:

IDENTITAS RESPONDED

Nama : Sriyani
Usia : 38th
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

⁷Kurniati, "Teori Perilaku Konsumen Pespektif Ekonomi Islam", (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, juni 2016, Vol. VI, NO. 1), 45-52

Tabel.2
DAFTAR KUESIONER

Mohon untuk memberi tanda (✓) pada setiap pertanyaan

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Anda merasa puas dengan besaran penghasilan yang anda miliki		✓			
2	Anda cukup makan 3x sehari		✓			
3	Anda makan nasi 3x sehari dengan lauk yang cukup		✓			
4	Anda yakin penghasilan anda cukup untuk memenuhi kebutuhan dalam sehari		✓			
5	Anda masih bisa menabung, shodaqoh, zakat dari penghasilan yang anda peroleh		✓			
6	Anda merasa puas jika berpergian dengan kendaraan yang anda miliki		✓			
7	Penghasilan anda cukup untuk memenuhi kebutuhan pendidikan		✓			
8	Apakah penghasilan anda masih cukup digunakan untuk membeli pakaian		✓			
9	Apakah anda sudah merasa puas jika membeli baju 6 bulan sekali		✓			
10	Anda yakin penghasilan anda cukup jika ada kebutuhan lain yang harus terpenuhi					✓
11	Anda yakin penghasilan anda cukup untuk memenuhi kebutuhan pokok maupun kebutuhan lain dalam satu bulan tanpa ada penghasilan lain					✓
12	Apakah penghasilan anda cukup untuk memenuhi tagihan tahunan selain kebutuhan pokok				✓	

Sumber : dari hasil wawancara ke salah satu responden

Tabel.3
Data Responden

No.	Nama	Alamat	Umur	Pekerjaan	Pendapatan
1	Endang Sriningsih	Soko, Ponorogo	47	Wiraswasta	Rp. 1.500.000/bulan
2	Fatimatu Zahro Ismi	Paju, Ponorogo	50	Pedagang	Rp. 1.500.000/bulan

3	Sriyani	Ngile, Tulakan, Pacitan	38	Ibu RT	Rp. 3.000.000/bulan
4	Kadirah	Lembeyan, Magetan.	39	Petani	Rp. 2.000.000/bulan
5	Nurlillah	Manguharjo, Madiun	43	Ibu RT	Rp. 375.000/bulan

Sumber : dari data responden

B. Teori Perilaku Produsen

1. Produksi

Produksi adalah sebuah proses yang telah terlahir di muka bumi ini semenjak manusia menghuni planet ini. Produksi sangat prinsip bagi kelangsungan hidup dan juga peradaban manusia dan bumi. Sesungguhnya produksi lahir dan tumbuh dari menyatunya manusia dengan alam. Kegiatan produksi merupakan mata rantai dari konsumsi dan distribusi. Kegiatan produksilah yang menghasikan barang dan jasa, kemudian dikonsumsi oleh para konsumen. Tanpa produksi maka kegiatan ekonomi akan berhenti, begitu pula sebaliknya. Untuk menghasilkan barang dan jasa kegiatan produksi melibatkan banyak faktor produksi. Fungsi produksi menggambarkan hubungan antar jumlah input dengan output yang dapat dihasilkan dalam satu waktu periode tertentu. Dalam teori produksi memberikan penjelasan tentang perilaku produsen tentang perilaku produsen dalam memaksimalkan keuntungannya maupun mengoptimalkan efisiensi produksinya. Dimana Islam mengakui kepemilikan pribadi dalam batasbatas tertentu termasuk pemilikan alat produksi, akan tetapi hak tersebut tidak mutlak.

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden bahwa produsen dengan secukupnya mengambil sumber daya alam untuk diproduksi menjadi gula merah. Dalam memanfaatkan alam yang telah disediakan Allah bagi keperluan manusia, larangan yang harus dipatuhi adalah “Janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi”. Larangan ini tersebar di banyak tempat dalam Al-Qur'an dan betapa Allah sangat membenci mereka yang berbuat kerusakan di muka bumi.

Dalam konsep ekonomi konvensional (kapitalis) produksi dimaksudkan untuk memperoleh laba sebesar besarnya, berbeda dengan tujuan produksi dalam ekonomi konvensional, tujuan produksi dalam islam yaitu memberikan mashlahah yang maksimum bagi konsumen. Walaupun dalam ekonomi islam tujuan utamanya adalah memaksimalkan mashlahah, memperoleh laba tidaklah dilarang selama berada dalam bingkai tujuan dan hukum islam. Dalam konsep mashlahah dirumuskan dengan keuntungan ditambah dengan berkah. Keuntungan bagi seorang produsen biasanya adalah laba (profit), yang diperoleh

setelah dikurangi oleh faktor-faktor produksi. Sedangkan berkah berwujud segala hal yang memberikan kebaikan dan manfaat bagi produsen sendiri dan manusia secara keseluruhan.

Keberkahan ini dapat dicapai jika produsen menerapkan prinsip dan nilai islam dalam kegiatan produksinya. Dalam upaya mencari berkah dalam jangka pendek akan menurunkan keuntungan (karena adanya biaya berkah), tetapi dalam jangka panjang kemungkinan justru akan meningkatkan keuntungan, karena meningkatnya permintaan. Berkah merupakan komponen penting dalam masalah. Oleh karena itu, bagaimanapun dan seperti apapun pengklasifikasiannya, berkah harus dimasukkan dalam input produksi, sebab berkah mempunyai andil (*share*) nyata dalam membentuk output.

Pada prinsipnya kegiatan produksi terkait seluruhnya dengan syariat Islam, dimana seluruh kegiatan produksi harus sejalan dengan tujuan dari konsumsi itu sendiri. Konsumsi seorang muslim dilakukan untuk mencari falah (kebahagiaan) demikian pula produksi dilakukan untuk menyediakan barang dan jasa guna falah tersebut⁸

Data Produk

Nama Produk : Jenang Mirah
Waktu Sekali Produksi : 1 hari
Jumlah Sekali Produksi : 4 adonan /920 bungkus jenang
Keuntungan : 90-100% dari modal produksi

Tabel.4

No	Produksi ke-	Jumlah Produksi	Harga Per Unit (Rp)	HPP	Ket
1	1	977 bks	6500	4500	Memproduksi jenang mirah sebanyak 977 bungkus itu hanya membutuhkan waktu penjualan sekitar 2 hari saja.
2	2	1.002 bks	6500	4500	Pada saat memproduksi jenang mirah sebanyak 1.002 bks hanya membutuhkan penjualan selama 2-3 hari.
3	3	1.021 bks	6500	4500	1.021 bungkus hanya membutuhkan penjualan sekitar 3 hari
4	4	1.006 bks	6500	4500	Penjualan sekitar 2 hari
5	5	1.011 bks	6500	4500	Penjualan sekitar 2-3 hari

Sumber : dari hasil salah satu responden

2. Penawaran

Menurut Winardi (1991), penawaran adalah jumlah produk tertentu yang para penjual bersedia untuk menjualnya pada pasar tertentu pada saat tertentu. Menurut Lipsey, dkk (1991) makin tinggi harga suatu produk, makin besar jumlah produk yang ditawarkan, dengan catatan faktor yang lain sama (*ceteris paribus*). Jadi, dapat disimpulkan

⁸Sri Laksmi Pardanawati, "Perilaku Produsen Islami", (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol.01, No. 01, Maret 2015)

bahwa penawaran adalah jumlah barang ataupun jasa yang tersedia dan dapat ditawarkan oleh produsen kepada konsumen pada setiap tingkat harga tertentu dan selama periode waktu tertentu.

Harga suatu barang adalah faktor yang paling penting untuk menentukan penawaran barang. Oleh karenanya, teori penawaran (*supply*) selalu memfokuskan perhatiannya terhadap hubungan antara tingkat harga dengan jumlah barang yang ditawarkan. Ibn khaldun berpendapat tentang penawaran, bila penduduk kota memiliki makanan berlebih dari yang mereka butuhkan akibatnya harga makanan menjadi murah, tapi di kota kecil, bahan makanan sedikit, maka harga bahan makanan akan tinggi. Ketika barang-barang yang tersedia sedikit, maka harga akan naik.

Keinginan para penjual dalam menawarkan harganya pada berbagai tingkat harga ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu:

- Harga barang itu sendiri dan harga barang lain/substitusi
- Biaya produksi
- Tingkat teknologi yang digunakan⁹
- Jumlah penjual
- Kondisi alam
- Ekspetasi¹⁰

Teori penawaran Islami tidak terlepas dari kaidah dan ketentuan yang digaris Allah kepada manusia dalam melakukan kegiatan produksi. Dalam melakukan pengolahan alam, manusia harus senantiasa menjaga kesinambungan kehidupan disekitarnya, dan jangan sampai melakukan kerusakan. Kegiatan produksi juga dianjurkan terhadap barang-barang yang bermanfaat, dan diolah secara halal dan dibenarkan dalam syariat. Tidak dibenarkan melakukan kegiatan produksi yang jika dikonsumsi menimbulkan kerusakan pada orang lain. Seperti yang tercantum dalam QS Ibrahim: (32-34) 96: *“Allah-lah yang telah menciptakan langit dan bumi dan menurunkan air hujan dari langit, kemudian Dia mengeluarkan dengan air hujan itu berbagai buahbuahan menjadi rezki untukmu; dan Dia telah menundukkan bahtera bagimu supaya bahtera itu berlayar di lautan dengan kehendak-Nya, dan Dia telah menundukkan (pula) bagimu sungai-sungai. Dan Dia telah menundukkan (pula) bagimu matahari dan bulan yang terus menerus beredar (dalam orbitnya); dan telah menundukkan bagimu malam dan siang. Dan Dia telah memberikan kepadamu (keperluanmu) dari segala apa yang kamu mohonkan kepadanya. Dan jika kamu*

⁹Sadono Sukirno, “Mikro Ekonomi”, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2015), 88

¹⁰Rozalinda, “Ekonomi Islam : Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi”, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 72-73.

menghitung nikmat Allah, tidaklah dapat kamu menghinggakannya. Sesungguhnya manusia itu sangat zalim dan sangat mengingkari (nikmat Allah)”¹¹

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari penjual bahan pokok terdekat menunjukkan penawaran yang dilakukan stabil. Saat ini mengikuti acuan harga bahan pokok dari pusat yang dikendalikan oleh pemerintah saat ini.

Tabel.5
Penawaran dari hasil observasi

No	Nama Barang/Jasa	Waktu Penjualan	Jumlah Permintaan Per Hari	Jumlah Penawaran Per Hari	Stok
1	Cabai	1 hari	1 Kg	7 Kg	Untuk 7 hari
2	Telur	1 hari	5 Kg	15 Kg	Untuk 7 hari
3	Beras	1 hari	8 Kg	50 Kg	Untuk 7 hari
4	Tepung terigu	1 hari	2 Kg	7 Kg	Untuk 7 hari
5	Bawang merah	1 hari	8 Kg	13 Kg	Untuk 4 hari
6	Bawang putih	1 hari	5 Kg	8 Kg	Untuk 7 hari
7	Minyak Goreng	1 hari	25 Kg	45 Kg	Untuk 7 hari
8	Gula pasir	1 hari	3 Kg	30Kg	Untuk 7 hari
9	Mie Instan	1 hari	12 bungkus	2 karton	Untuk 5 hari
10	Garam	1 hari	5 bungkus	3 pack	Untuk 10 hari

Sumber : dari hasil penelitian responden

C. Teori Pasar

1. Harga

¹¹Departemen Agama RI, “Al-Qur’an Dan Tafsirnya”, (Jakarta : Lentera Abadi, 2010), 350-351

Menurut Swasta (2010:H.147), “Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya”. Menurut Tjiptono (2011:H.151), menyatakan bahwa : harga merupakan satu-satunya unsur bawuran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Indikator harga yaitu :

1. Terjangkaunya oleh daya beli.
2. Harga bersaing dengan pesaing.
3. Harga sesuai dengan output.
4. Kemudahan dalam sistem pembayaran.¹²

Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa. Harga khususnya merupakan pertukaran uang bagi barang dan jasa. Harga menurut Jerome Mc Cartgy adalah apa yang dibebankan untuk sesuatu. Menurut Philip Kotler harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan semua elemen lainnya hanya mewakili harga.

Harga adalah salah satu elemen yang paling fleksibel dari bauran pemasaran. Tidak seperti sifat-sifat produk dan komitmen jalur distribusi. Harga dapat berubah-ubah dengan cepat pada saat yang sama penetapan harga dan persaingan harga adalah masalah utama yang dihadapi banyak eksekutif pemasaran.¹³

Biasanya harga dijadikan penukaran barang yang diridhai oleh kedua pihak yang melakukan akad. Sasaran dalam penetapan harga adalah berorientasi pada keuntungan dengan cara, Pertama, maksimalisasi keuntungan, Kedua. Keuntungan yang memuaskan, Ketiga. Target pengembalian investasi. Selain itu juga penetapan harga dengan sasaran yang berorientasi penjualan yaitu; Pertama. pangsa pasar dan kedua, maksimalisasi penjualan serta penetapan harga dengan sasaran status quo yaitu mempertahankan harga yang telah ada atau menyesuaikan diri dengan harga pesaing.

Konsep mekanisme pasar dalam Islam dapat dirujuk kepada hadis Rasulullah SAW sebagaimana disampaikan oleh Anas RA, sehubungan dengan adanya kenaikan harga-harga barang di kota Madinah.

Sabda Rasulullah saw yang artinya: “Dari Anas ibn Malik ra. Berkata: Harga komoditas perdagangan beranjak naik pada zaman Rasulullah saw, lalu para sahabat

¹²Gilang Mardianingsih,Sujiono,Siti Chamidah, “Pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap pembelian konsumen”, Jurnal ilmiah bidang manajemen dan bisnis Fol.2,No.1(2019):Juni,PP.1-10

¹³Idris Parakkasi dan Kamiruddin,“Analisis Harga dan Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam”,(Jurnal LAA Maysir, Vol.5, No. 1,2018)

mengadu kepada beliau seraya berkata: Ya Rasulullah, harga barang-barang menjadi mahal, maka tetapkanlah patokan harga buat kami. Lalu Rasulullah saw menjawab: Sesungguhnya Allah lah yang menetapkan harga (Zat) Yang menahan dan yang membagikan rizki, dan sesungguhnya saya berharap agar dapat berjumpa dengan Allah SWT dalam kondisi tidak seorangpun di antara kalian yang menuntut saya karena kedzaliman yang menimbulkan pertumpahan darah dan harta.”

inilah adalah teori ekonomi Islam mengenai harga. Rasulullah saw. dalam hadis tersebut tidak menentukan harga. Ini menunjukkan bahwa ketentuan harga itu diserahkan kepada mekanisme pasar yang alamiah. Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian. Namun pasar mengharuskan adanya moralitas (*fair play*), kejujuran (*honesty*), keterbukaan (*transparency*) dan keadilan (*justice*). Jika nilai-nilai ini ditegakkan, maka tidak ada alasan untuk menolak harga pasar.

Berdasarkan dari data yang diperoleh dari informasi harga bahan pokok saat ini mendapati harga yang tertera masih stabil dan masyarakat relative untuk masih bisa mencukupinya. Karena harga bahan pokok masih dikendalikan oleh pemerintah untuk kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Untuk lebih menjamin berjalannya mekanisme pasar secara sempurna peranan pemerintah sangat penting Rasulullah Shallallahu Alaihi Wasallam telah menjalankan fungsi sebagai market supervisor atau Al hisbah yang kemudian banyak menjadikan acuan untuk peran negara terhadap pasar.¹⁴

Tabel.6
Daftar harga kebutuhan pokok

No	Kelompok	Jenis Barang	Harga Satuan (Rp)	Harga Grosir (Rp)
1	Sayuran	Kubis	Rp. 12.000	Rp. 10.000/kg
		Wortel	Rp. 10.000	Rp. 8000/kg
		Kentang	Rp. 11.000	Rp. 9000/kg
		Buncis	Rp. 10.000	Rp. 8000/kg
		Tomat	Rp. 10.000	Rp. 10.000/kg

¹⁴H. Idris Parakkasi dan Kamaruddin, "Analisis Harga dan Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Islam", (Jurnal LAA MAYSIR, Vol.5, No.1, 2018), 107-120

2	Bahan Pokok	Beras	Rp. 10.000	Rp. 875.000/
		Telur	Rp. 21.000	25kg
		Tepung Terigu	Rp. 7000	Rp. 19.000/kg
		Gula	Rp. 19.000	Rp.6000/ 25kg
		Minyak	Rp. 13.000	Rp. 17.500/kg
				Rp. 11.500/12biji

Sumber : dari hasil data responden

Tabel.7
Input Tetap

No	Nama Input	Jumlah	Harga Per Unit (Rp)	Umur Ekonomis
1	• Mesin penggiling beras/ketan	• 2 mesin penggiling beras/ketan	• 3.250.000	• 5 tahun
	• Mesin pamarut kelapa	• 1 mesin pamarut kelapa	• 2.500.000	• 5 tahun
2	• Mesin penggiling beras/ketan	• 4 mesin penggiling beras/ketan	• 3.250.000	• 5 tahun
	• Mesin pamarut kelapa	• 2 mesin pamarut kelapa	• 2.500.000	• 5 tahun
3	• Mesin penggiling beras/ketan	• 4 mesin penggiling beras/ketan	• 3.250.000	• 5 tahun
	• Mesin pamarut kelapa	• 2 mesin pamarut kelapa	• 2.500.000	• 5 tahun
4	• Mesin penggiling beras/ketan	• 4 mesin penggiling beras/ketan	• 3.250.000	• 5 tahun
	• Mesin pamarut kelapa	• 2 mesin pamarut kelapa	• 2.500.000	• 5 tahun
5	• Mesin penggiling beras/ketan	• 4 mesin penggiling beras/ketan	• 3.250.000	• 5 tahun
	• Mesin pamarut kelapa	• 2 mesin pamarut kelapa	• 2.500.000	• 5 tahun

Sumber : dari hasil survei

Tabel.8
Input Variabel

No	Produksi Ke-	Jumlah	Harga Per Unit (Rp)	Jumlah Tahapan Per Produksi	Ket
1	1	Kelapa	Rp. 6.500	40 biji	Rp. 6.500× 40 biji =
		Gula Merah	Rp.	30 kg	Rp. 260.000
		Beras	17.000	50 kg	Rp. 17.000×30 Kg =
		Ketan	Rp. 8.600	50 kg	Rp. 510.000
			Rp. 11.000		Rp. 8.600×50 Kg = Rp. 43.000 Rp. 11.000×50 Kg = Rp. 550.000
2	2	Kelapa	Rp. 6.500	50 biji	Rp. 6.500×50 biji = Rp.
		Gula Merah	Rp.	45 kg	325.000
		Beras	17.000	55 kg	Rp. 17.000×45kg = Rp.
		Ketan	Rp. 8.600	55 kg	765.000
			Rp. 11.000		Rp. 8.600×55kg = Rp. 473.000 Rp. 11.000×55kg = Rp. 605.000
3	3	Kelapa	Rp. 6.500	90 biji	Rp. 6.500 ×90 biji =
		Gula Merah	Rp.	65 kg	Rp. 585.000
		Beras	17.000	115 kg	Rp. 17.000×65kg =
		Ketan	Rp. 8.600	115 kg	Rp. 1.105.000
			Rp. 11.000		Rp. 8.600×115kg = Rp. 989.000 Rp. 11.000×115 kg =Rp. 1.265.000
4	4	Kelapa	Rp. 6.500	45 biji	Rp. 6.500×45 biji =
		Gula Merah	Rp.	35 kg	Rp. 292.500
		Beras	17.000	55 kg	Rp. 17.000×35kg =
		Ketan	Rp. 8.600	55 kg	Rp. 595.000
			Rp. 11.000		Rp. 8.600×55kg = Rp.473.000 Rp. 11.000×55kg = Rp. 605.000
5	5	Kelapa	Rp. 6.500	70 biji	Rp. 6.500×70 biji =
		Gula Merah	Rp.	55 kg	Rp.455.000
		Beras	17.000	65 kg	Rp. 17.000×55 kg =
		Ketan	Rp. 8.600	65 kg	Rp. 935.000
			Rp. 11.000		Rp. 8.600×65kg = Rp. 559.000 Rp. 11.000×65kg = Rp. 715.000

Sumber : dari hasil survei

Tabel.9
Tabel Perhitungan

No	It	Iv	TP/ Q	MP	AP	T F C	TV C	TC	AC	MC	AVC	AFC
1	3.2	1.3	977	ΔTP				TFC+T	AFC+		TVC	$TFC \div Q =$
	50	63		$\div \Delta L$				VC	AVC=		$\div Q =$	$3250 \div$
								$3250+1$	$3,32+6,$		$6500 \div$	$977 = 3,32$
								$.363 =$	$65 =$		$977 = 6$	
2	3.2	2.1	100									
	50	68	2									
3	3.2	3.9	102									
	50	44	1									
4	3.2	1.9	100									
	50	29	6									

Sumber : diambil dari data diatas yang telah disurvei

5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Permintaan adalah keterkaitan dengan jumlah permintaan berupa harga, permintaan menunjukkan tinggi atau rendahnya permintaan mengenai suatu barang dan jasa dari pembeli. Banyaknya komoditas barang yang diminta di pasar dengan harga yang telah ditentukan pada jumlah pendapatan tertentu serta pada periode tertentu disebut permintaan. Kegunaan dari teori permintaan ialah untuk menetapkan berbagai faktor yang mempengaruhi permintaan.

Berdasarkan data yang diperoleh. Dengan pembuatan kuesioner ini ditunjukan pada berbagai masyarakat yang berpenghasilan , kemudian apakah penghasilan responden tersebut dapat memberikan kepuasan pada diri responden dan sekitarnya. Setelah dilakukan penelitian dengan perantara koesioner untuk para responden, maka Hasil dari kuesioner menunjukkan rata- rata masyarakat telah puas dan telah setuju akan penghasilan yang dapat mencukupi kebutuhan pokoknya misalnya makan 3 sehari dengan lauk yang cukup. Hal itu menunjukkan bahwa dalam teori islam tidak boleh berlebih- lebihan dalam makan karna Allah tidak menyukai yang berlebihan.

Menurut Abdul Mannan sikap tidak berlebih-lebihan dan mengutamakan kepentingan orang lain adalah yang paling penting yang diartikan secara luas. Penelitian mengambil 5 responden dengan latar belakang dan penghasilan yang berbeda, dari data tersebut beberapa masyarakat yang bekerja

dengan penghasilan yang cukup dia setuju bahwa penghasilan responden akan mencukupi sampai yang akan datang tanpa ada tambahan penghasilan yang lain, sedangkan responden yang berpenghasilan kurang, berpendapat netral bahkan kurang setuju akan mencukupi kebutuhan yang akan datang tanpa ada tambahan yang lain.

Produksi adalah sebuah proses yang telah terlahir di muka bumi ini semenjak manusia menghuni planet ini. Produksi sangat prinsip bagi kelangsungan hidup dan juga peradaban manusia dan bumi. Sesungguhnya produksi lahir dan tumbuh dari menyatunya manusia dengan alam. Kegiatan produksi merupakan mata rantai dari konsumsi dan distribusi. Dalam teori produksi memberikan penjelasan tentang perilaku produsen tentang perilaku produsen dalam memaksimalkan keuntungannya maupun mengoptimalkan efisiensi produksinya. Dimana Islam mengakui kepemilikan pribadi dalam batas-batas tertentu termasuk kepemilikan alat produksi, akan tetapi hak tersebut tidak mutlak.

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden bahwa produsen dengan secukupnya mengambil sumber daya alam untuk diproduksi menjadi gula merah. Dalam memanfaatkan alam yang telah disediakan Allah bagi keperluan manusia, larangan yang harus dipatuhi adalah «Janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi». Keuntungan bagi seorang produsen biasanya adalah laba, yang diperoleh setelah dikurangi oleh faktor-faktor produksi. Sedangkan berkah berwujud segala hal yang memberikan kebaikan dan manfaat bagi produsen sendiri dan manusia secara keseluruhan.

Saran

Kesulitan yang dialami peneliti adalah sulitnya berinteraksi secara langsung untuk mempermudah dalam mengambil data, misalnya kendala sinyal dalam mewancarai secara online. Produsen dan konsumen harusnya memiliki kemampuan untuk mencari keuntungan yang tidak merugikan bagi kedua belah pihak. Produsen harus membuat barang dan jasa yang bisa memuaskan konsumen dengan produknya, sedangkan konsumen juga mampu mengapresiasi barang dan jasa dengan harga yang setimpal dan seimbang.

Referensi

Basri, Bisnis Pengantar (Yogyakarta:IKAPI,2005),175

Indrayanti, wiwin. 2020. Teori Perilaku Terencana dan Minat Wirausaha Pemuda di Kabupaten Tegal. ASSET: Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen dan Bisnis. Vol. 3, No.1 (2020):Juni,, pp. 1-12.

https://www.academia.edu/23472739/TUGAS-MAKALAH-Manajemen_sumber_daya_manusia diakses pada tanggal 08 November 2020 pukul 20.30

<http://respository.dinamika.ac.id> diakses pada tanggal 22 september 2020 pukul 09.00

https://id.m.wikipedia.org/wiki/sumber_daya_manusia diakses pada tanggal 22 september 2020 pukul 10.20